

Alışveriş Merkezlerinin Fiziksel Engeller Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği

Işıl ÖZGEN^a, Burçin KIRLAR^a

^aDokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi

| Anahtar Kelimeler | Özet |
|---|---|
| Engelliler Alışveriş Merkezleri Ulaşılabilirlik İzmir | Bu çalışmanın amacı; farklı kategorilerdeki mağazalar ve sinema gibi işletmeler ile birçok etkinliğe ev sahipliği yapan alışveriş merkezlerinin fiziksel engeller açısından uygunluğunu incelemek ve bu kapsamda İzmir'deki alışveriş merkezleri ile ilgili bir durum tespiti yapmaktır. Çalışmada öncelikli olarak alışveriş merkezleri ile ilgili ulaşılabilirlik standartları irdelenmiş ve bu doğrultuda bir kriter listesi hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kriterler Amerikan Engelliler Yasası (ADA), Avrupa Birliği (EU) ve Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından belirlenen standartlardan derlenmiştir. Kriter listesi, alışveriş merkezlerine ait girişler, otopark alanları, tuvaletler, asansörler, rampalar, mağaza içi unsurlar ve sinemalardaki oturma düzenleri gibi kullanım alanlarını içermektedir. Çalışma, İzmir ilinde faaliyet gösteren ve bu çalışma için gereken izinlerin alındığı 10 adet alışveriş merkezini ve bu alışveriş merkezlerinin bünyesinde faaliyet gösteren 507 mağaza ile 5 sinemayı kapsamaktadır. |

Examining the Shopping Centers in Terms of Physical Disabilities: The Case of İzmir

| Anahtar Kelimeler | Özet |
|--|---|
| Disabled People, Shopping Centers, Accessibility, İzmir | The purpose of this study is defining the convenience of shopping centers that host several enterprises in different categories such as shops and cinemas in terms of physical disabilities and, in this context, determining the situation of shopping centers in İzmir. Accessibility standards related to shopping centers have been examined primarily in the study and in this regard a list of criteria has been prepared. These criteria has been compiled from the standards set by Americans with Disabilities Act (ADA), European Union (EU) and the Turkish Standards Institute (TSE). The list of criteria includes areas of shopping centers such as entrances, parking areas, toilets, lifts, ramps, in-store elements and seating areas in cinemas. Finally, after having necessary permissions, this study involves 10 shopping centers, 507 shops and 5 cinemas operating under these shopping centers in İzmir. |

Sorumlu Yazar: Işıl ÖZGEN, isil.goksu@deu.edu.tr

GİRİŞ

Bireylerin turizm faaliyetlerine katılım motivasyonları arasındaki önemli öğelerden biri de alışveriş yapma isteğidir (Cohen, 1995; Goeldner, Ritchie ve McIntosh, 2000; Hsieh ve Chang, 2006). Alışveriş yapma; aile ve akraba ziyaretleri, eğlence ve kültür gibi güdülerle birlikte turistlerin destinasyon seçimi ve tüketim davranışlarını etkilemektedir (Kent, Schock ve Snow, 1983; Tosun, Temizkan, Timothy ve Fyall, 2007). Alanyazında çoğu zaman kendi başına bir çekim unsuru olup olmadığı tartışılan alışveriş faaliyetleri (Costello ve Fairhurst, 2002, s. 8; Uca Özer ve Tüzünkan, 2012 s. 151), pek çok araştırmacı tarafından yalnızca bir gelir kaynağı olarak değil aynı zamanda ziyaretçilerin destinasyon seçimini de etkileyen bir çekim gücü olarak görülmektedir (Timothy ve Butler, 1995; Heung ve Qu, 1998; Hsieh ve Chang, 2006). Günümüzde alışverişin turizmin bir türü mü yoksa diğer turizm türleri içinde bir çekicilik unsuru mu olduğu halen tartışılrsa da alışveriş ile turizmin birbirinden ayrılmaz bir bütün olduğu konusunda bir uzlaşma söz konusudur (Cohen, 1995; Hsieh ve Chang, 2006). Bu bağlamda alışveriş, destinasyon başarısını, imajını ve çekicilikleri arttırmak için oldukça önemli bir faaliyet ve turistik gelir kaynağı olarak kabul edilmektedir (Jansen-Verbeke, 1991; Reisinger ve Turner, 2002; Swanson ve Horridge, 2006; Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012; Littrel, Paige ve Song, 2004). Birçok seyahat acentası bu kapsamda alışveriş merkezleriyle iş birliği yaparak turistler için çeşitli alışveriş turları düzenlemekte, yeni ve gözde alışveriş merkezleri acentaların paket tur programlarına dahil edilmektedir (Uca Özer ve Tüzünkan, 2012, s. 151). Alışveriş merkezleri de turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda bu talebe cevap vermeye çalışmaktadır (Paige ve Littrell, 2003). Örneğin; ValD'Europe Alışveriş Merkezi, Eurodisney Paris etrafındaki otellerde kalan turistleri çok uygun ücretlerle alışveriş köyü olarak nitelendirilen mekanlara servislerle götürmektedir.

Diğer insanlarla aynı istek ve ihtiyaçlara sahip olan engellilerin, Avrupa Konseyi kararlarında da belirtildiği üzere, yardım almaksızın bağımsız ve kendi yaşamları üzerinde kontrol sahibi birey ve vatandaşlar olarak toplumsal yaşamın her alanına katılması açısından AVM'lerin ulaşılabilir olması büyük önem taşımaktadır (Yau, McKercher ve Packer, 2004; Sabancı Üniversitesi, 2013, s. 64; EuropeanComission, 2013).

Günümüzde dünya çapında çok sayıda engelli bulunmakta ve bu sayı gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte yaşlı nüfusun engellilik riski çok yüksektir ve ülkesel nüfusların daha önce görülmemiş oranlarda yaşlanmakta olduğu gözlenmektedir (WHO, 2011; WHO, 2012). Engellilerin toplum içindeki oranının saptanabilmesi, geçici engelli planlarının veya çeşitli hastalıklar nedeniyle engelli tanımına girenlere ait istatistiki bilgilerin temin edilememesi sebebi ile oldukça güçtür (Yörük, 2003, s. 9). Ülkemizin de içinde yer aldığı birçok ülkede engelli nüfusa yönelik bir kayıt sistemi olmadığından engellilerin gerek sayısal gerekse nitelikleri konusunda büyük ölçüde bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bu sebeple Türkiye de dahil olmak üzere bu ülkeler, Dünya Sağlık Örgütü'ne ait tahminleri kullanmaktadır. Kayıt sistemleri gelişmiş olan ülkeler ise engellilere ilişkin bilgileri kurumlardaki kayıtlarından elde etmektedir (DİE, 2009). Bugün dünya nüfusunun yaklaşık %15'inin

yani 1 milyardan fazla insanın bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir (WHO, 2011). Avrupa Birliği tarafından hazırlanan "2010-2020 Engelliler Stratejisi" ile Berlin Uluslararası Turizm Borsası (ITB)'nin "2012-2013 Dünya Seyahat Trendleri Raporu"na göre, sadece Avrupa'da nüfusun %6'sı oranında yani 80 milyon civarında engelli vardır (EU, 2010; ITB, 2012). Ülkemizde ise 1985 ve 2000 yıllarında yapılan genel nüfus sayımlarında engellilerin sayısal büyüklüklerine ilişkin bilgi alınmış ancak bu bilgilerin yeterli olmadığı görülmüştür. Engelliler konusundaki bilgi ve veri eksikliğini gidermek amacıyla Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Başkanlığı ile Özürlüler İdaresi Başkanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı işbirliğinde gerçekleştirilen araştırmaya göre Türkiye'deki engellilerin toplam nüfus içindeki oranı %12.29'dur (DİE, 2009).

Engellilerin gelir elde etmekle ilgili birçok problemi olmasına rağmen, dünyada ve ülkemizde büyük bir ekonomiyi ellerinde bulundurdıkları bilinmektedir. Sadece ABD ve Avrupa'da 200 milyar doların üzerinde bir ekonomik güce sahip olmaları, engellileri turizmde önemli bir niş pazar haline getirmektedir (Burnett ve Baker, 2001; Takeda ve Card, 2002; Ray ve Ryder, 2003; Shaw ve Coles, 2004; Card, Cole ve Humphrey, 2006; Öztürk ve Yaylı, 2006; Bi, Card ve Cole, 2007; Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş, 2008; Bizjak, Knežević ve Cvetrežnik, 2011; Var, Yeşiltaş, Yaylı ve Öztürk, 2011). Her 5 vatandaşından birinin engelli olduğu ABD'de toplam engelli nüfusunun 50 milyona yaklaştığı ve bu kesimin 200 milyar dolardan fazla harcanabilir gelire sahip olduğu belirtilmektedir (Burnett ve Baker, 2001; Artar ve Karabacakoğlu, 2003; TÜRSAB, 2008). Surrey Üniversitesi tarafından yürütülen bir çalışma ise Avrupa'da 46 milyona yakın fiziksel ya da zihinsel engellinin yaşadığını ortaya koymaktadır. Hareket zorluğu yaşayan hamile kadınlar ve 65 yaş üzeri nüfus ile bu kişilerin bir ya da birkaç kişinin refakatiyle seyahat ettikleri göz önüne alındığında, bu rakam 130 milyon kişiye ulaşmaktadır. Yaklaşık %70'i seyahat eden bu nüfusun turizm harcamalarının 80 milyar Euro'dan fazla olduğu söylenmektedir (TÜRSAB, 2008). Surrey Üniversitesi ve Avrupa Komisyonu tarafından yapılan bir başka çalışma da 2012 yılında Avrupa Birliği ülkelerine yaşlı ya da engelliler tarafından 783 milyon seyahat yapıldığını ve bu seyahatlerde 394 milyar Euro harcandığını ortaya koymuştur. Bu destinasyonların tam olarak erişilebilir olması halinde talebin %44 oranında artacağı ve 142 milyar Euro ek gelir elde edilebileceği de öngörüler arasındadır (Surrey Üniversitesi, 2014). Öte yandan dünyanın büyüyen ekonomisi Çin'de 60 milyon, gelişmiş Japonya'da ise 5 milyon engelli bulunduğu tahmin edilmektedir (TÜRSAB, 2008). Çin Engelliler Federasyonu tahminlerine göre, Çin'de bulunan 60 milyon engelli, dünyanın en büyük engelli nüfusunu oluşturmakta, bu nüfusun 11 milyonu fiziksel engellilerden meydana gelmekte ve bu rakam da seyahat endüstrisi için oldukça önemli bir potansiyel taşımaktadır. Engelli bireyler her ne kadar engeli olmayanlara oranla daha az seyahat etseler de potansiyel pazar gün geçtikçe büyümektedir ve önlerindeki engeller kaldırılırsa engellilerin daha fazla seyahat etme imkanı bulacağı düşünülmektedir (Bi ve diğerleri, 2007, s. 205). Diğer yandan sosyal yaşamın bilgi ve hizmet düzeyinde herkes için aynı oranda ulaşılabilir ve kullanılabilir olması, toplumsal gelişmişlik düzeyinin önemli bir göstergesidir (ÖYHGM, 2008) ve her bireyin aynı

imkânlardan faydalanması için alışveriş merkezlerinin kullanımında da engelli bireylerin düşünülmesi bir zorunluluktur.

ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNİN ENGELLİLERE UYGUN HALE GELMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKEN DÜZENLEMELER

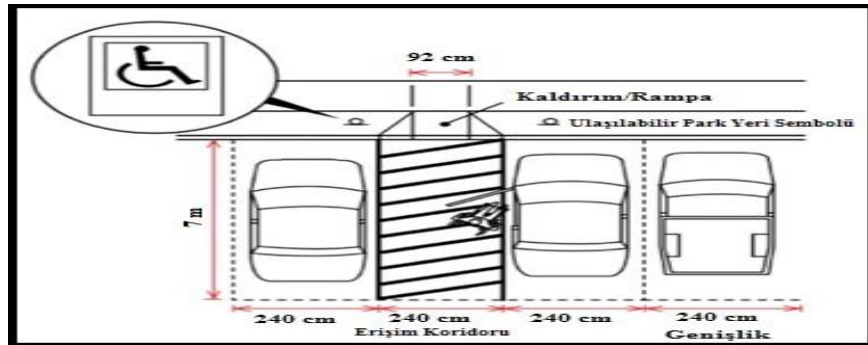
Alışveriş merkezleri, kapasitelerine göre değişmekle birlikte, sinema, yeme-içme, kuaför, kuru temizleme, süpermarket, giyim, elektronik, terzi, bankacılık, eğlence, spor gibi birçok hizmeti ve yaşamsal ihtiyaçları bünyelerinde bulundurmaktadır. Engelli bireylerin adı geçen hizmetlerden toplu olarak daha kolay ve hızlı faydalanabilmesi için AVM'lerin ulaşılabilir olması büyük önem taşımaktadır (Sabancı Üniversitesi, 2013). ADA (2010) standartlarına göre, alışveriş merkezleri gibi ticari alanlarda öncelikle otoparklar, girişler, yürüyüş yolları, rampalar, asansörler, tuvaletler, telefonlar ve sebilller gibi hizmet noktalarının fiziksel engelli bireyleri de kapsayacak biçimde mümkün olduğunca ulaşılabilir kılınması gerektiği belirtilmektedir. Buna göre alışveriş merkezlerindeki ilgili alanlarda uyulması gereken standartlar aşağıda özetlenmektedir.

Otoparklar

Ulaşılabilir park yerleri, engelli kişilerin rahatça manevra yapabileceği alanlara ve tekerlekli sandalyedeki kişilerin araç kapısını açıp, tekerlekli sandalyelerine geçebileceği genişliğe sahip olmalıdır (Mills, 1983). Engelli bireyin binaya ulaşma mesafesi minimuma indirilmeli ve araç park edildikten sonra girişe rahat ulaşım sağlanmalıdır (Davies ve Beasley, 1994). Bunlarla birlikte, iyi aydınlatma, engelli park yerinin belirgin olması, tesisten en fazla 50 m uzaklık ve diğer sürücülerin engelli park yerlerine park etmemesi sağlanmalıdır (Stipanuk ve Roffman, 1996; OFD, 2004; Özürlüler Vakfı, 2009; DEV, 2010).

Engelliler için ayrılan park alanları, 2.4 m araç için ve 1.5 m araç yanındaki boşluk için olmak üzere toplam 4 m genişliğe sahip olmalıdır (Davies ve Beasley, 1988; Davies ve Beasley, 1994). Dünya Engelliler Vakfı da araç park yeri için 3.7 m genişliği yeterli görmekte ancak park alanına veya caddeye ulaşımı daha iyi düzenlemek için bu genişliğin 4 m ve paralel park alanlarını kapsayan her park yeri uzunluğunun da 7 m olmasını önermektedir (DEV, 2010, s. 13) (Şekil 1).

Şekil 1. Ulaşılabilir Park Yeri Ölçüleri



Kaynak: DEV (2010: 13).

OECD (2006) alışveriş merkezleri, eğlence ve dinlenme tesisleri ve kamuya açık alanlardaki otoparklarda toplam kapasitenin %6'sının engellilere ayrılması gerektiğini belirtmektedir. Birleşmiş Milletler ise kapasitesi 50 taşıttan küçük park yerlerinde en az 1 taşıtlık yeri, 50-400 arası taşıtlık park yerlerinde her 50 taşıt için 1 engelli park yeri, kapasitesi 400 taşıttan fazla olan park yerlerinde en az 8 ve ilave her 100 taşıt için de fazladan 1 park yeri ayrılmasını önermektedir (UN, 2004). ADA (2010) ulaşılabilirlik standartlarına göre ise AVM'lerde toplam park yeri sayısına oranla engelliler için ayrılması gereken park yeri sayısı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Engelliler için Park Yeri Standartları

| Toplam Park Yeri Sayısı | Engelliler için Ayrılması Gereken Asgari Park Yeri Sayısı |
|-------------------------|---|
| 1 ile 25 arası | 1 |
| 26 ile 50 arası | 2 |
| 51 ile 75 arası | 3 |
| 76 ile 100 arası | 4 |
| 101 ile 150 arası | 5 |
| 151 ile 200 arası | 6 |
| 201 ile 300 arası | 7 |
| 301 ile 400 arası | 8 |
| 401 ile 500 arası | 9 |
| 501 ile 1000 arası | Toplamın %2'si |
| 1000'den fazla | 20 ve 1000'in üstündeki her 100 otopark yeri için 1 engelli park yeri |

Kaynak: ADA (2010, s. 65).

Girişler ve Kapılar

Alışveriş merkezi girişlerinde yol boyunca yürüyüşü engelleyebilecek çiçek saksıları, çöp kutuları veya banklar geçiş alanından kaldırılmalı, görme engelli ya da görme zorluğu çeken misafirlerin güzergahı iyi tanıyabilmeleri amacıyla yol boyunca hissedilebilir ve kaymayan yüzeyler tercih edilmelidir (EU, 1996; Artar ve Karabacakoğlu, 2003). Engellilerin ulaşılabilirliği açısından otomatik kapılar kolaylık sağlamaktadır. Kapıların temiz genişliği en az 90 cm olmalıdır (ADA, 1994; Davies ve Beasley, 1994). Bununla birlikte alışveriş merkezi girişlerinde döner kapılar tercih edilmemeli ve döner kapının olduğu yerlerde bu kapıları kullanmakta zorluk çeken kişiler için mutlaka ek bir kapı bulunmalıdır (TS, 1991; ÖYGHM, 2008).

Rampalar

Rampalar engelli bireyler için en çok sorun yaşanan alanlar arasında yer almaktadır. Bu sebeple rampalar tasarlanırken temel hedef, tekerlekli sandalye kullananlar ve görme engelliler açısından yükseklik farkını aşarken ergonomik açıdan gerekli koşulları sağlamak olmalıdır (ÖZİDA, 2010). Rampaların boyutları kullanım yoğunluğuna, aşılması gereken yükseklik farkına ve seçilen rampa tipine göre değişmektedir. Birleşmiş Milletler, minimum rampa genişliğini düz rampalarda 90 cm, 90° dönüşlü rampalarda 1.4 m ve 180° dönüşlü rampalarda ise 90 cm olarak belirtmiştir (UN, 2004). Buna göre, engellilerin kullanımı açısından tavsiye edilen rampa ölçüleri Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. BM Ulaşılabilir Rampa Ölçüleri

| Maksimum Eğim | Maksimum Uzunluk | Maksimum Yükseklik |
|---------------|------------------|--------------------|
| 1:20 (%5) | - | - |
| 1:16 (%6) | 8 m | 50 cm |
| 1:14 (%7) | 5 m | 35 cm |
| 1:12 (%8) | 2 m | 1.5 cm |
| 1:10 (%10) | 1.25 m | 1.2 cm |
| 1:8 (%12) | 0.5 m | 0.6 cm |

Kaynak: UN (2004).

ADA (2010) standartlarında rampa genişliği, rampa tipi belirtilmeden 91.5 cm olarak önerilmekte ve rampa eğiminin¹ %8 (1:12)'in üzerinde olmaması ifade edilmektedir. TS 12576'ya göre, rampaların tekerlekli iki sandalyenin çift yönlü geçişine imkan verecek şekilde minimum genişliğinin 1.8 m ve en fazla eğiminin %8 olması ve uzunluğunun 6 m'yi geçmemesi tavsiye edilmektedir. 1:15 ve 1:12 (yaklaşık %4-5) arasındaki eğimler için rampa uzunluğunun en fazla 10 m olması, uzunlukları 10 m'den daha fazla olan rampalarda ise eğimin en fazla %6 olması önerilmektedir. Bununla birlikte, dinlenme alanlarına banklar konulması ve rampa yatay uzunluğu 18 cm'den uzun veya rampa yüksekliği 15 cm'den fazla olan durumlarda rampanın her iki tarafında da tırabzan bulunması gerekmektedir (TS, 1999; ÖZİDA, 2010).

Tuvaletler

Engelliler için önerilen tuvaletlerde tercih edilen, kişinin kendi başına veya birinin yardımını alarak kullanabileceği genişlik ve her iki cinsin girebileceği unisex olarak adlandırılan tuvaletlerdir. Bu sayede refakatçinin karşı cinsten olmasına izin verilebilmektedir (EU, 1996, s. 111). TS 8357 ve 12576 ile ADA standartlarına göre, engellilere ait tuvaletlerin kapısında engelli sembolü bulunmalı ve tuvalet ile lavabo bölümleri aynı hacimde ve diğer tuvaletlerden ayrı olmalıdır. Bununla birlikte tuvalet kapısı dışarıya doğru açılmalı, herhangi bir acil durumda kapı kilidi dışarıdan açılabilmesi ve kapı kolları engellilerin kolaylıkla açabileceği bir donanıma sahip olmalıdır (Davies ve Beasley, 1994, s. 143; TS, 1999; ÖZİDA, 2010, s. 44). Engellilere uygun tuvaletlerin ölçü ve standartları ise şu şekilde özetlenebilir; tuvalet kapısı, manevra genişliğini daraltmamalı ve minimum 90 cm genişliğinde olmalıdır. Tuvalet içinde 2 x 1.5 m ölçülerinden az olmayacak şekilde rahat manevra imkanı sağlayan açık bir alan bulunmalıdır. Klozet yüksekliği rahat geçişi sağlayabilmek için 45 cm yükseklikte ve çevre duvarlardan 40-50 cm uzaklıkta olmalıdır. Tekerlekli sandalye transfer boşluğunun arka duvardan ön kenara ve tuvaletin açık tarafına en az 75'er cm mesafede olması geçişi kolaylaştırmaktadır. Kabin içindeki klozete geçişe olanak sağlayacak boşluk alan oranı klozete yaklaşma şekline göre değişmekle birlikte, tercih edilen ölçüler 140x150 cm' dir. Tırabzanlar klozete bitişik yapılmalı ve oturma yerinden barın orta noktası arasındaki mesafe 30 cm olmalıdır. Tırabzan

¹ Eğim= Yükseklik/Uzunluk olarak hesaplanmaktadır.

tertibatının 120 cm yatay ve 60 cm çapraz uzunlukta ve "L" şeklinde olması önerilmektedir. Ek olarak, 90 cm uzunluğunda yatay bir tırabzan tuvaletin arkasında konumlandırılmalıdır. Lavabo ise tuvalet kabini içindeyse klozetin yanında ve klozetten kullanılabilir durumda olmalı, kabin dışındaysa yaklaşım için 75x120 cm ölçülerinde boş bir alan içermelidir. Bununla birlikte, köşeden 1 m uzunluğa, yerden 85 cm yüksekliğe ve 75 cm diz boşluğuna sahip olması gerekmektedir (Davies ve Beasley, 1994; EU, 1996; ADA, 2010; DEV, 2010).

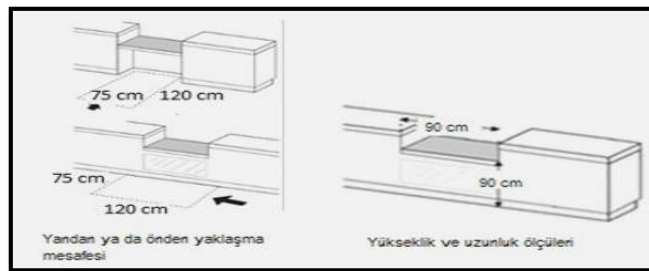
Asansörler

Asansörlerin engellilerin kullanımına uygun olması için belirlenen standartlar şu şekilde özetlenebilir; asansör önünde en az 1525x1525 mm'lik bir manevra alanı bulunmalı, asansör kapısı otomatik veya fotoselli olmalı ve net açıklığı 90 cm'den az olmamalıdır. Otomatik asansörlerdeki açma-kapama mekanizması en az 20 saniye etkin kalmalı, girişte eşik bulunmamalı, zorunlu olduğu durumlarda ise 13 mm'yi geçmemelidir. Asansör çağırma işleminin yapıldığı ve kabin içindeki düğmelerin kolay görünmesi, bilgilendirme için sesli uyarı özelliğinin olması, en küçük boyutun en az 19 mm olması, yerden 106 cm yükseklikte ve kabartmalı, düzgün ve aralıklı olması gerekmektedir. Asansör kabininin içinde tekerlekli sandalyenin girip, kontrol düğmelerine erişmek için manevra yapabileceği şekilde en az 140 cm uzunluk ve 110 cm genişlik ve yerden 85- 90 cm yükseklikte tırabzanlar olmalıdır. Asansörde ayrıca acil durum alarmı olması tavsiye edilmektedir (TS, 1991; OFD, 2004; ADA, 2010).

Mağaza İçi Dolaşım, Kabinler ve Kasalar

Çok katlı bina ve tesislerde her kat ve asmakatın en az bir ulaşılabilir hat ile bağlanması gerekmektedir (ADA, 2010, s. 56). Mağaza içlerinde sınırlı erişime sahip olan hareket engelli ziyaretçilerin raf ve teşhir alanlarındaki ürünlere erişimi de ayrıca dikkate alınmalıdır (EU, 2004, s. 20). Mağazalardaki tezgahların fiziksel engeller açısından ulaşılabilir olması için ADA (2011) tarafından belirtilen ölçüler; 90 cm yükseklik x 90 cm uzunluk ile önden ya da yandan yaklaşmayı olanaklı kılmak için 75 x 120 cm'lik boş alan şeklindedir (Şekil 2). Bununla birlikte mağaza içindeki rafların zeminden 100 ila 120 cm yükseklikte olması gerekmektedir. Soyunma kabinlerinde ise 75 x 120 cm'lik temiz geçiş mesafesine sahip en az bir tane oturak bulunan kabin olmalı ve kabinler içindeki askılar en fazla 120 cm yüksekliğe sahip olmalıdır (ADA, 2010, s. 206).

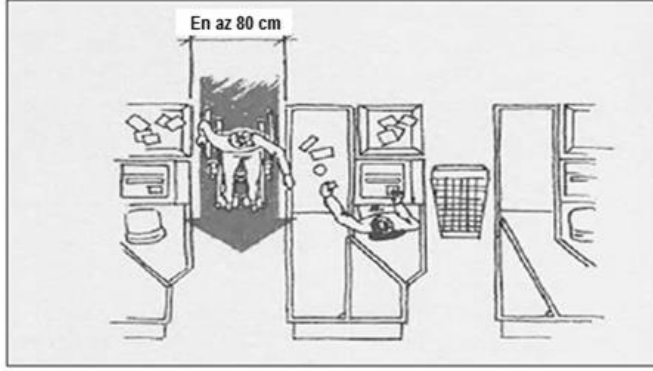
Şekil 2. Ulaşılabilir Mağaza Tezgah Ölçüleri



Kaynak: ADA (2011, 26-27)'den derlenerek hazırlanmıştır.

Mağazalarda yer alan kasalardan geçiş için ise en az 80 cm genişlikte bir mesafeye ihtiyaç duyulmaktadır (ÇBB, 2010, s. 14) (Şekil 3). Bununla birlikte mağazalarda çalışan personelin de ihtiyaç duyulan anlarda müşterilere yardım etmeye hazır olması gerekmektedir (EU, 2004 s. 20).

Şekil 3. Kasa Geçişi için Uygun Mesafe

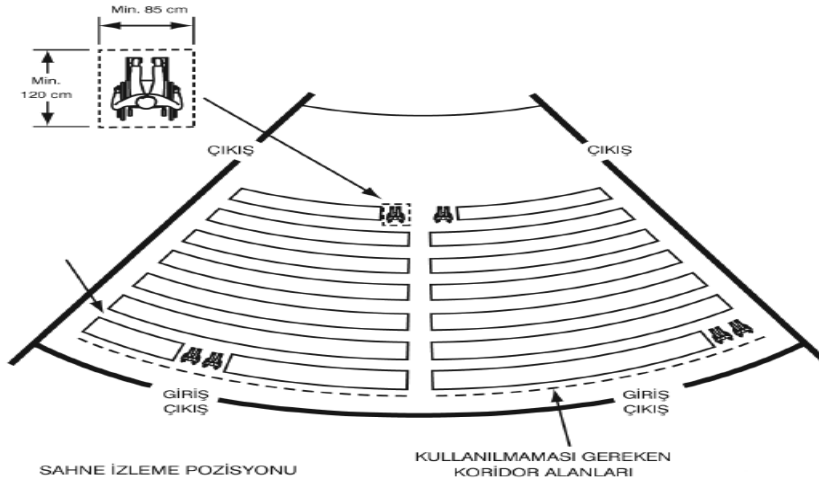


Kaynak: ÇBB (2010, 14).

Sinemalar

Sinema salonlarındaki girişler, çıkışlar, acil çıkışlar ve salon içindeki dolaşım ve oturma alanları ile sahne ve sahne arkasındaki tüm alanların engellilerin kullanımına uygun olarak düzenlenmesi engelli bireylerin sosyal ve kültürel faaliyetlerden yararlanmalarını kolaylaştıracaktır. İşitme ve görme engelli misafirler için de algılamayı kolaylaştırıcı bazı yardımcı düzenlemeler yapılabilmektedir. Altyazı uygulamaları işitme engelliler için sinema filmlerinin seyredilebilirliğini artırırken sesli betimlemelerin yapıldığı görme engellilere yönelik film sayısı oldukça azdır. Tekerlekli sandalye kullanıcıları için sinema kapıları; en az 90 cm genişliğinde ve eşiksiz olmalı, kapı önünde yeterli manevra alanı bulunmalıdır. Salonlardaki eğim, %6'yı geçmemeli, %5'i geçen yerlerde ise uzun rampaların bulunduğu salonlara sahanlıklar yapılmalı ve duvar kenarında tutunma barları bulunmalıdır. Tekerlekli sandalye kullananlar için ilk ya da son sıralardaki yerlerin ayrılması daha uygundur. Çünkü orta koltuklardaki geçiş alanları daha dardır ve tekerlekli sandalyenin diğer koltuklara göre daha yüksekte olmasından ötürü arkada bulunanların görüş açıları azalabilir. ADA standartlarında, engelliler için ayrılan yerlerin hemen bitişiğinde refakatçileri için ayarlanabilir konumda bir oturma yerinin bulunması ve koltuk sıraları kenarındaki genişliğin en az 85 cm olması gerektiği belirtilmekte tercihen daha rahat dönüşler için 120 cm olması tavsiye edilmektedir. Koltuk sıraları arasında 45-50 cm genişlik olması, tekerlekli sandalye için ayrılan yer varsa, genişliğin 120 cm'e çıkarılması önerilmektedir (Davies ve Beasley, 1994; Yörük, 2003) (Şekil 4).

Şekil 4. Ulaşılabilir Sinema Düzenlemesi



Kaynak: ÇBB (2010, 14).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı; farklı kategorilerdeki mağazalar ve sinema gibi işletmeler ile birçok etkinliğe ev sahipliği yapan alışveriş merkezlerinin fiziksel engeller açısından uygunluğunu incelemek ve bu kapsamda İzmir'deki alışveriş merkezleri ile ilgili bir durum tespiti yapmaktır. Çalışmada öncelikli olarak alışveriş merkezleri ile ilgili ulaşılabilirlik standartları irdelenmiş ve bu doğrultuda bir kriter listesi hazırlanmıştır. Hazırlanan bu kriterler Amerikan Engelliler Yasası (ADA), Avrupa Birliği (EU) ve Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından belirlenen standartlardan derlenmiştir. Kriter listesi, alışveriş merkezlerine ait girişler, otopark alanları, tuvaletler, asansörler, rampalar, mağaza içi unsurlar ve sinemalardaki oturma düzenleri gibi kullanım alanlarını içermektedir. Araştırma, hazırlanan kontrol listeleri ile birlikte İzmir il merkezinde bulunan alışveriş merkezlerine doğrudan gidilerek ve ölçüm yapılarak Temmuz ve Ağustos 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini, İzmir il merkezinde faaliyet gösteren ve gerekli izinlerin alındığı 10 adet alışveriş merkezi ile bu alışveriş merkezlerinin bünyesinde faaliyet gösteren 507 mağaza ve 5 sinema oluşturmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda alışveriş merkezleri önce genel ulaşılabilirliklerine, sonrasında bünyelerinde bulunan mağazaların ulaşılabilirliklerine göre değerlendirilmiştir. Mağazaların ulaşılabilirlikleri belirlenirken; mağazalar önce satışa sunulan ürün ve hizmetlerin niteliklerine göre kategorilere ayrılmış, ardından her kategori beklenen kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin frekans dağılımları mağazaların ulaşılabilirliklerinin olup olmamasına göre ele alınmış ve sonrasında mağaza kategorileri arasında karşılaştırmalar yapılmıştır.

Alanyazında alışveriş merkezlerinin engelliler için erişebilirliği kapsamında yapılan çok az çalışmaya rastlanmıştır (Düğer ve Kayıhan, 2001; Kaya ve Akyol, 2002; Güngör, 2007), bu çalışmadaki gibi mağaza kategorilerinin ayrı ayrı ulaşılabilirliklerinin belirlendiği bir çalışmaya ise

rastlanılamamıştır. Bu nedenle elde edilen veriler, mevcut iki çalışmanın genel ulaşılabilirlik sonuçları ile karşılaştırılmıştır.

BULGULAR

Araştırma bulguları alışveriş merkezlerinin genel durumları ve mağazalar ile ilgili bilgiler olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmış ve her kategori belirlenen kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir.

AVM'lerin Genel Ulaşılabilirlikleri ile İlgili Bulgular

Çalışmada fiziksel engellilerin ulaşılabilirliği açısından AVM'lerin genel durumları kapsamında, giriş, otopark, genel dolaşım, tuvalet, asansör ve sinema gibi alanlar değerlendirilmiş olup, elde edilen bilgiler Tablo 3 ve 4'te verilmiştir.

Tablo 3. AVM'lerin Fiziksel Engeller Açısından Genel Durumları

| AVM | Giriş | Otopark | Dolaşım | Tuvalet | Asansör | Sinema |
|---------------|-------|---------|---------|---------|---------|--------|
| AVM 1 | + | + | + | + | x | + |
| AVM 2 | + | + | + | + | x | |
| AVM 3 | + | + | + | + | + | + |
| AVM 4 | + | + | + | + | x | |
| AVM 5 | + | x | + | + | + | |
| AVM 6 | + | x | + | x | | x |
| AVM 7 | + | + | + | + | + | x |
| AVM 8 | + | + | + | + | + | |
| AVM 9 | + | x | x | + | + | |
| AVM 10 | + | + | + | + | + | x |
| Toplam | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 5 |

Buna göre AVM girişleri, kapı tipi, kapı genişliği, eşik ve zeminin uygun olması gibi kriterler doğrultusunda; otoparklar, engelliler için ayrılması gereken park yeri sayısı, uyulması gereken ölçüler ve engelli levhalarının ulaşılabilirliği bakımından ve genel dolaşım alanları mevcut rampa ve tırabzanlar, zeminin uygunluğu, koridor genişlikleri ve engelsiz dolaşımın sağlanması açısından kontrol edilmiştir. Tuvaletlerle ilgili ulaşılabilirlik tespit edilirken, kapıda engelli sembolü bulunması, hem tuvalet içi ortak kullanım alanlarında hem de kabin içinde uygun ölçülerin sağlanması, klozet, lavabo ve tırabzanların doğru ölçü ve niteliklere sahip olmasına dikkat edilmiştir. Asansörler ise kapı genişliği, asansör önü manevra alanı, kabin içi ölçüler, sesli uyarı sistemleri, kontrol ve uyarı düğmeleri ile tırabzanların uygunluğu açısından incelenmiştir. Son olarak sinemalarda tekerlekli sandalye kullanan ziyaretçiler için ayrılan yerler, sinema girişleri ve refakatçilere ayrılan alanlar engellilerin kullanımı açısından değerlendirilmiştir.

Tablo 4. AVM'lerin Genel Ulaşılabilirliklerinin Frekans Dağılımları

| Kategori | Uygun | | Uygun değil | | Toplam | |
|----------|----------|-----------|-------------|-----------|---------|-----------|
| | Sayı (n) | Yüzde (%) | Sayı (n) | Yüzde (%) | Sayı(n) | Yüzde (%) |
| Giriş | 10 | 100 | - | - | 10 | 100 |
| Otopark | 7 | 70 | 3 | 30 | 10 | 100 |
| Dolaşım | 9 | 90 | 1 | 10 | 10 | 100 |
| Tuvalet | 9 | 90 | 1 | 10 | 10 | 100 |
| Asansör | 6 | 67 | 3 | 33 | 9 | 100 |
| Sinema | 2 | 40 | 3 | 60 | 5 | 100 |

Alışveriş merkezlerinin fiziksel engelliler açısından genel durumu incelendiğinde, girişlerin tamamının engellilere uygun olduğu, otoparklarda ise hem engellilere ayrılması gereken park yeri sayısı hem de park yerlerinin sahip olması gereken ölçüler açısından 3 AVM'nin (%30) engellilere uygun olmadığı görülmektedir. AVM içi genel dolaşım alanları yalnızca 1 AVM (%10)'de tekerlekli sandalye kullanıcıları için uygun değildir. Bununla birlikte çalışma kapsamındaki AVM'lerde görme engelli ziyaretçilere yönelik uygulamalar da bulunmamaktadır. Tuvaletlerin ulaşılabilirliğine bakıldığında, 1 AVM'deki tuvaletlerin (%10) engelli tuvaleti olarak kullanılıyor olmasına rağmen hem ana giriş hem de kabin kapısı genişliği bakımından fiziksel engelliler için uygun olmadığı görülmüştür. Çalışma dahilindeki 9 AVM'de asansör bulunmaktadır ve bunlardan 6'sı (%67) engelliler için ulaşılabilirken, 3'ü (%33) gerek asansör kapısı gerekse kabin içi ölçülerin dar olması bakımından engelliler için uygun değildir. Bununla birlikte asansörlerde sesli uyarı sistemleri bulunmaması da görme engelliler için sorun yaratmaktadır. AVM'lerden 5'inde sinema bulunurken, bunların yalnızca 2'si (%40) fiziksel engelliler için gerekli koşulları sağlamaktadır ve bunlardan birinde düz girişe sahip olmayan bir salona tekerlekli sandalye kullanan bireylerin girişini sağlamak için merdiven asansörü yerleştirilmiştir. Diğer 3 AVM'deki (%60) sinemalar ise engelliler için uygun koşulları sunmamaktadır.

Mağazaların Ulaşılabilirlikleri ile İlgili Bulgular

Çalışma kapsamında toplam 10 alışveriş merkezinde 507 mağaza incelemeye dahil edilmiş olup, bu mağazalar satışa sundukları ürün ve hizmetlerin niteliklerine göre toplam 11 kategoriye ayrılmıştır. Buna göre, çalışma dahilindeki 10 AVM'de toplam 190 giyim, 82 ayakkabı/çanta, 51 ev dekorasyon/tekstil, 34 mücevher/aksesuar, 31 sağlık/kozmetik, 30 saat/optik, 28 elektronik/beyaz eşya, 26 çocuk/eğlence, 22 hizmet, 7 büyük mağazacılık ve 6 kitap/müzik mağazası yer almaktadır. Her bir mağaza kategorisi de girişler, dolaşım alanları, kasalar ve kabinler ulaşılabilirlikleri açısından değerlendirilmiş ve elde edilen veriler Tablo 5'te verilmiştir.

Mağazaların fiziksel engeller açısından değerlendirilmesi kapsamında elde edilen bilgilere göre, AVM'lerde en fazla giyim (38%), en az kitap ve müzik (1%) mağazaları bulunmaktadır. Mağazaların tümü giriş, dolaşım, kasa ve kabinlerin uygunluğu açısından değerlendirildiğinde, %85' inin girişi engelliler için uygunken, geriye kalan %15' i yanlış kapı tipi, giriş açıklığını bölen uygulamalar ya da

giriş açıklığını kapatan eşya, mobilya ya da tabela gibi sebeplerle engellilerin ulaşılabilirliğini sınırlandırmaktadır. Mağaza içi dolaşım alanlarının durumuna bakıldığında, tüm mağazaların %76'sının engelliler için temiz bir dolaşım alanı sağlaması ve koridorların uygun genişliğine sahip olması bakımından engellilere uygun olduğu görülmektedir. Mağaza kasalarının ulaşılabilirliği incelendiğinde, engellilere uygun olma ve olmama durumlarının birbirine çok yakın olduğu gözlenmektedir. Kasaların tekerlekli sandalye kullananlar için yüksek olması ve kasa önüne yerleştirilen ürünler nedeni ile kasaya yaklaşılamaması engellilerin en fazla karşılaşılabileceği sorunlar arasındadır. Mağazalardaki giyinme kabinleri ise engelliler açısından en uygun olmayan alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma dahilinde giyim, spor ayakkabı ve çocuk mağazalarında toplam 207 mağazanın kabine sahip olduğu tespit edilmiş olup, bunlardan %82'sinde kabinlerin engelliler için uygun olmadığı belirlenmiştir. Özellikle kapı genişliği, kapının açılma yönü ve kabin içi ölçüler açısından mağazaların çok küçük bir kısmı (%18) engellilerin kullanımına uygun durumdadır. Dolayısı ile tüm mağazalar değerlendirildiğinde engellilere en uygun alanın girişler, en uygun olmayan alanın ise kabinler olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte kasalar da yeniden düzenlenmesi gereken alanlar olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 5. Mağazaların Fiziksel Engeller Açısından Değerlendirilmesi

| Kategori | Toplam Mağaza Sayısı | Giriş | | Dolaşım | | Kasa | | Kabin | |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|--------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|
| | | Uygun | U. değil | Uygun | U. değil | Uygun | U. değil | Uygun | U. değil |
| Giyim | 190 (38%) | 170 (89%) | 20 (11%) | 168 (88%) | 22 (12%) | 90 (47%) | 100 (53%) | 35 (18%) | 155 (82%) |
| Ayakkabı/Çanta ² | 82 (16%) | 71 (87%) | 11 (13%) | 74 (90%) | 8 (10%) | 30 (37%) | 52 (63%) | 3 (21%) | 11 (79%) |
| Ev Dekorasyon/ Tekstil | 51 (10%) | 47 (92%) | 4 (8%) | 33 (65%) | 18 (35%) | 26 (51%) | 25 (49%) | | |
| Mücevher/Aksesuar | 34 (7%) | 22 (65%) | 12 (35%) | 14 (41%) | 20 (59%) | 23 (68%) | 11 (32%) | | |
| Sağlık/Kozmetik | 31 (6%) | 24 (77%) | 7 (23%) | 15 (48%) | 16 (52%) | 22 (71%) | 9 (29%) | | |
| Saat/Optik | 30 (6%) | 27 (90%) | 3 (10%) | 29 (97%) | 1 (3%) | 25 (81%) | 5 (19%) | | |
| Elektronik/ Beyaz Eşya | 28 (6%) | 22 (79%) | 6 (21%) | 15 (54%) | 13 (46%) | 23 (82%) | 5 (18%) | | |
| Çocuk/Eğlence | 26 (5%) | 19 (73%) | 7 (27%) | 15 (58%) | 11 (42%) | 9 (35%) | 17 (65%) | - | 3 (100%) |
| Hizmet | 22 (4%) | 19 (86%) | 3 (14%) | 15 (68%) | 7 (32%) | 10 (45%) | 12 (55%) | | |
| Büyük Mağazacılık | 7 (1%) | 7 (100%) | - | 7 (100%) | - | 7 (100%) | - | | |
| Kitap/Müzik | 6 (1%) | 4 (67%) | 2 (33%) | 2 (33%) | 4 (67%) | 2 (33%) | 4 (67%) | | |
| Toplam | 507 (100%) | 432 (85%) | 75 (15%) | 387 (76%) | 120 (24%) | 267 (53%) | 240 (47%) | 38 (18%) | 169 (82%) |
| | | 507 (100%) | | 507 (100%) | | 507 (100%) | | 207 (100%) | |

² Ayakkabı ve çanta mağazalarında kabin bulunmamasına rağmen, spor ayakkabı ve çanta satan bazı mağazalarda kabin bulunmaktadır. Bu nedenle bu mağazaların kabinleri de değerlendirmeye alınmıştır.

Mağaza kategorileri tek tek incelendiğinde, **giyim** mağazalarının girişleri %89 ve dolaşım alanları %88 oranında engellilere uygunken, kasaların %53'ünün kabinlerinse %82 oranında engellilere uygun olmadığı görülmektedir. **Ayakkabı/çanta** mağazalarının girişleri %87, dolaşım alanları ise %90 oranında engellilere uygundur ancak kasaların % 63'ü, giyinme kabinine sahip 14 mağazadan da %79'u engelliler açısından sorun teşkil etmektedir. **Ev dekorasyon/tekstil** mağazalarında girişlerin %92'si, dolaşım alanlarının %65'i ve kasaların %51'i engellilere uygundur. **Mücevher/aksesuar** mağazalarına ait girişlerin %65'i ve kasaların %68'i engellilere açısından ulaşılabilirken, dolaşım alanlarının %59'u engellilere uygun değildir. **Sağlık/kozmetik** mağaza girişlerinin %77'si ve kasaların %71'i ulaşılabilirken, dolaşım alanlarının %52'si engellilere uygun değildir. **Saat/optik** mağazalarında girişlerin %90'ı, dolaşım alanlarının %97'si ve kasaların %81'i engelliler için ulaşılabilir. **Elektronik/beyaz eşya** mağazalarının girişleri %79, dolaşım alanları %54 ve kasaları %82 oranında engellilerin kullanımına uygundur. **Çocuk/eğlence** mağazalarında girişler %73 ve dolaşım alanları %58 oranında ulaşılabilirken, kasalar %65 oranında engelliler için uygun değildir. Bununla birlikte 3 çocuk giyim mağazasında giyinme kabinleri bulunmaktadır ve bunlardan hiçbirinin engelli çocukların kullanımına uygun olmadığı tespit edilmiştir. **Hizmet** kategorisinde kuru temizleme, telekomünikasyon, banka ve büfe gibi satış alanları bulunmaktadır. Bu mağaza girişlerinden %86'sı ve dolaşım alanlarından %68'i engelliler açısından ulaşılabilirken, kasaların %55'i engellilere uygun değildir. **Büyük mağazacılık** kategorisinde yer alan tüm marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasaları engelliler için ulaşılabilir. Özellikle kasalarda engelliler için öncelikli kasalar bulunmakta ve tabelalarla kolayca görünmesi sağlanmaktadır. Bu anlamda mağazaların içinde üst raflara erişememe gibi problemler yaşanlsa da görevliler aracılığıyla bu sorun da ortadan kaldırılabilir. Son olarak kitap/müzik mağazalarının girişleri %67 oranında ulaşılabilirken, dolaşım alanları ve kasalar da %67 oranında engelliler için uygun değildir.

Elde edilen veriler ışığında, AVM'lerde yer alan mağazalardan **büyük mağazacılık** kategorisindeki marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasalar olmak üzere tüm kriterlerde engelliler açısından ulaşılabilir olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bazı hipermarketlerde giyinme kabinleri mevcut olup, bunlardan da büyük çoğunluğu ulaşılabilirlik standartlarına uygun durumdadır. Bununla birlikte **saat/optik** mağazalarının ulaşılabilirliğinin tüm kriterlerde yüksek olduğu görülmektedir. Buna ek olarak, girişlerde ev dekorasyon/tekstil, dolaşım alanlarında ayakkabı/çanta ve kasalarda elektronik/beyaz eşya mağazalarının ulaşılabilirlikleri yüksektir. Diğer yandan **kitap/müzik** mağazalarının tüm kriterlerdeki ulaşılabilirlikleri düşüktür. **Mücevher/aksesuar** mağazalarının da giriş ve dolaşım alanlarında diğer mağaza kategorileri ile karşılaştırıldığında engellilere uygun olmama durumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kasalar bakımından durum incelendiğinde de **çocuk/eğlence** ve **ayakkabı/çanta mağazalarının** ulaşılabilirlikleri en düşüktür.

SONUÇ

İzmir’de yer alan AVM’lerin fiziksel engeller açısından değerlendirildiği bu çalışmada, araştırmaya dahil edilen AVM’lerin hepsinde engellerin kaldırılması yönünde çalışmalar olduğu tespit edilmiş olmakla birlikte, bu çalışmaların büyük çoğunluğunun sadece tekerlekli sandalye kullanıcılarına yönelik olduğu ve bunlar içinde de bazı eksik ya da standartlara uymayan durumlar bulunduğu belirlenmiştir. Kaya ve Akyol (2002) tarafından İzmir’deki 5 AVM’nin örnek alınarak engelliler açısından ulaşılabilirliğinin araştırıldığı benzer bir çalışmada da programlama, mimari tasarım ve uygulama aşamalarında yeterli duyarlılığın gösterilmediği vurgulanmaktadır. Öte yandan Güngör (2007)’ün Ankara’daki 2 AVM’nin ulaşılabilirliğini araştırdığı çalışmada, özellikle iç erişilebilirlik yönünden bazı problemler tespit edilse de bu AVM’lerin engelliler için en erişilebilir yaşam alanları olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda, engellilerin her alana erişiminin sağlanabilmesi bakımından İzmir’deki AVM’lerin de ulaşılabilirlik ile ilgili eksiklikleri mutlaka gidermesi gerekmektedir.

Araştırma sonucundaki genel durum değerlendirildiğinde; AVM girişlerinin tamamının engellilere uygun olduğu görülmüştür. AVM’lere erişimi sağlayan ilk adım olması bakımından girişlerin ulaşılabilirliği ile ilgili bu durum oldukça sevindiricidir. Öte yandan girişlerle ilgili veriler diğer araştırmalar ile karşılaştırıldığında, Düğer ve Kayıhan (2001)’in 26 AVM’yi inceledikleri çalışmanın sonuçlarından farklılık gösterirken; Kaya ve Akyol (2002)’ün çalışmasında girişteki rampa eğimi fazla olan bir AVM dışındaki diğer yapıların engelliler için ulaşılabilir olması bakımından benzerdir. Bunun yanında Güngör (2007)’ün araştırmasında yer alan AVM’lerden biri engellilere uygun giriş sağlarken, diğeri ulaşılabilir değildir.

Çalışmadaki otopark alanlarında engelliler için ayrılan park yerleri gerekli ölçüler bakımından engellilere uygun olmasına rağmen, toplam kapasiteye oranla ayrılması gereken park yeri sayısı açısından yetersizdir. Bununla birlikte otoparklarda engelli park yerlerini gösteren uyarı levhalarının daha belirgin ve kolay görülebilir olması gerekmektedir. Güngör (2007)’ün çalışmasında da otoparklarda herhangi bir erişilebilir güzergah düzenlemesi ile uyarı levhaları olmadığı ve park alanlarının ayrıştırılmadığı tespit edilmiştir. Kaya ve Akyol (2001)’un da benzer sonuçlara ulaştıkları çalışmada ek olarak otopark alanında yanlış zemin kaplamasının kullanıldığı görülmüştür. Dolayısı ile bu eksik ve yanlışlıkların giderilmesi için çeşitli kurum ve kuruluşlarca belirlenen ulaşılabilirlik standartları yeniden gözden geçirilmeli ve ilgili denetimler sıklaştırılmalıdır.

Araştırma kapsamında, genel dolaşım alanlarının düz zemin olması bakımından hareket engelli ziyaretçiler için uygun olduğu görülmüş ancak hiçbir alanın zemininde hissedilebilir yüzeyler olmamasının görme engelliler için sorun teşkil edeceği belirlenmiştir. Bu sonuç Güngör (2007)’ün araştırması ile paralellik göstermektedir. Engelli tiplerinin farklı ihtiyaçları olduğu noktasından hareketle, bir eksiği düzeltirken diğer grubu mağdur etmemek ve unutmamak adına daha duyarlı

olunması ve bilinçli davranılması gerekmektedir. Bu kapsamda sadece yasal zorunluluk olarak değil, toplumsal bir davranış olarak bu hassasiyetin benimsenmesi önem taşımaktadır.

İzmir AVM'lerinde yer alan asansör kabinlerinde hareket engelliler için çoğunlukla gerekli ölçüler sağlansa da sesli uyarı sistemlerinin bulunmaması görme engelli misafirler açısından sorun yaratmaktadır. Bu durum Kaya ve Akyol (2001)'ün çalışma sonuçlarından farklılık göstermesi bakımından önemlidir. Bu bağlamda AVM'lerin asansörlerdeki sesli uyarıları mutlaka dikkate alması ve bu eksiği gidermesi gerekmektedir. Bununla birlikte AVM'lerdeki sinemaların engelliler için uygun koşullar sunmadığı, alanyazındaki diğer çalışmalarla da desteklenmektedir. Diğer taraftan tuvaletlerin ulaşılabilirliği olumlu bir tablo çizerken, engelli tuvaleti olarak belirtilmesine rağmen engelliler için uygun olmayan bir örneğe de rastlanmıştır. Bu durum alanyazındaki diğer çalışmalarla da paralellik göstermesi bakımından ilgili denetimlerde boşluklar olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamındaki tüm mağaza kategorileri değerlendirildiğinde, engellilere en uygun alanın girişler; en uygun olmayan alanın ise kabinler olduğu tespit edilmiştir. Kabinlerle ilgili bu sonuç Güngör (2007)'ün araştırma sonuçları ile aynıdır. Bununla birlikte kasalar da yeniden düzenlenmesi gereken alanlar olarak göze çarpmıştır. AVM'lerde yer alan büyük mağazacılık kategorisindeki marketlerin giriş, dolaşım alanları ve kasalar olmak üzere tüm kriterlerde engelliler açısından ulaşılabilir olduğu elde edilen önemli sonuçlar arasındadır. Kasaların engelliler açısından erişilebilirliği ile ilgili elde edilen veriler Düğer ve Kayıhan (2001)'in araştırma sonuçları ile benzerken, büyük mağazacılık ile ilgili bulgular aynı çalışma ile farklılık göstermektedir. Çalışma kapsamındaki saat/optik mağazalarının ulaşılabilirliğinin tüm kriterlerde yüksek, diğer yandan kitap/müzik mağazalarının tüm kriterlerdeki ulaşılabilirliklerinin düşük, mücevher/aksesuar mağazalarınınsa giriş ve dolaşım alanlarında diğer mağaza kategorileri ile karşılaştırıldığında engellilere uygun olmama durumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Alışveriş merkezleri, büyük mağazalar ve zincir mağazaların kuruluşuna belediye ya da valilikler tarafından izin verilmektedir. Kuruluş izni ve ruhsat alımı sırasında engellilere yönelik ulaşılabilirlik standartlarına uyma zorunluluğu getirilmesi bu konudaki sorunların ortadan kaldırmasına yardımcı olabilecektir. Bununla birlikte engelli sivil toplum kuruluşlarının görmüş oldukları aksaklıkları AVM yönetimlerine bildirmesi ve belediyelerin işyeri ruhsatı verme sırasında ulaşılabilirlik kriterlerine uygunluk denetimi sonrası ruhsat vermesi çözüm önerileri olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

- ADA (1994). ADA standards for accessible design. [URL: <http://www.ada.gov/archive>] (Erişim 3 Temmuz 2014).
- ADA (2010). 2010 ADA standards for accessible design. [URL: http://www.ada.gov/regs2010/2010ADASTandards/2010ADASTandards_prt.pdf] (Erişim 8 Temmuz 2014).

- ADA (2011). ADA checklist for readily achievable barrier removal. [URL: www.ADAchecklist.org] (Erişim 18 Temmuz 2014).
- Akoğlu Kozak, M. & Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Artar, Y. & Karabacakoglu, Ç. (2003). *Türkiye’de özürlüler turizminin geliştirilmesine yönelik olarak konaklama tesislerindeki alt yapı olanaklarının araştırılması*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.
- Bi, Y., Card, J. A. & Cole, S. T. (2007). Accessibility and attitudinal barriers encountered by Chinese travellers with physical disabilities. *International Journal of Tourism Research*, 9, 205-216.
- Bizjak, B., Knežević, M. & Cvetrežnik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-857.
- Burnett, J. J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40(4), 4-11.
- Card, J. A., Cole, S. T. & Humphrey, A. H. (2006). A comparison of the accessibility and attitudinal barriers model: Travel providers and travelers with physical disabilities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(2), 161-175.
- Cohen, E. (1995). Touristic craft ribbon development in Thailand. *Tourism Management*, 16(3), 225-235.
- ÇBB (Çankaya Belediye Başkanlığı). (2010). *Engelsiz işyeri kılavuzu*. Ankara: Çankaya Belediyesi.
- Davies, T. D. & Beasley, A. K. (1988). *Design for hospitality: Planning for accessible hotels and motels*. New York: Nichols Publishing.
- Davies, T. D. & Beasley, A. K. (1994). *Accessible design for hospitality: Planning accessible hotels, motels and other recreational facilities*. USA: McGraw-Hill, Inc.
- DEV (Dünya Engelliler Vakfı). (2010). *Engelsiz tasarım kılavuzu*. [URL: <http://www.devturkiye.org/upload/files/Engelsiz-Tasarim-Klavuzu.pdf>] (Erişim 19 Mayıs 2014).
- DİE (Devlet İstatistik Enstitüsü). (2009). *Türkiye özürlüler araştırması 2002*. Ankara: DİE.
- Düğer, T. & Kayıhan, H. (2001). Tekerlekli sandalye kullanan kişiler için çevresel mimari engellerin incelenmesi. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 1(1), 8-15.
- European Commission (2013). European disability strategy 2010-2020. [URL: http://ec.europa.eu/justice/discrimination/disabilities/disability-strategy/index_en.htm] (Erişim 18 Temmuz 2014).

- EU (EuropeanUnion). (1996). *Making Europe accessible for tourists with disabilities handbook for the tourism industry*. European Commission Directorate General XXIII – Tourism Unit. Luxembourg: EU.
- EU (2004). Improving information on accessible tourism for disabled people. [URL: <http://europa.eu.int>] (Erişim 8 Şubat 2014).
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York: Wiley.
- Güngör, C. (2007). *Alışveriş merkezlerinin engelliler için erişebilirlik standartları kapsamında irdelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Heung, V. C. H. & Qu, H. (1998). Tourism shopping and its contributions to Hong Kong. *Tourism Management*, 19(4), 383-386.
- Hsieh, A. T. & Chang, J. (2006). Shopping and tourist night markets in Taiwan. *Tourism Management*, 27, 138-145.
- Jansen-Verbeke, M. (1991). Leisure shopping: A magic concept for the tourism industry? *Tourism Management*, 12(1), 9-14.
- Kaya, İ. K. & Akyol, T. D. (2002). Alışveriş merkezleri ve engelliler: İzmir için bir çalışma. *Ege Mimarlık*, 40-41, 46-47.
- Kent, W., Schock, P. & Snow, R. (1983). Shopping: Tourism'sun sung hero(ine). *Journal of Travel Research*, 21(4), 2-4.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2011). Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik. Resmi Gazete, 25852, 21.06.2005. [URL: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>] (Erişim 8 Temmuz 2014).
- Littrell, M. A., Paige, R. C. & Song, K. (2004). Seniortravellers: Tourism activities and hopping behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 348-362.
- Mills, E. D. (1983). *Design for holidays and tourism*. UK: Butterworths Publishing.
- OECD (2006). *Improving transport accessibility for all: Guide to good practice*. Paris: OECD.
- OFD (Omurilik Felçlileri Derneği). (2004). *Özürlü kişilere uyarlanmış yapı: SN 521 500 normlarıyla ulaşılabilirlik klavuzu*. İstanbul.
- ÖYHGM (2008). *Herkes için ulaşılabilirliğin iyileştirilmesi: Örnek uygulama rehberi*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 48. Ankara: Anıl Matbaacılık.

- ÖZİDA (2010). *Yerel yönetimler için ulaşılabilirlik temel bilgiler teknik el kitabı*. T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları, 49. Ankara: Anıl Matbaacılık.
- Öztürk, Y. & Yaylı, A. (2006). Türkiye'deki konaklama işletmeleri ve A grubu seyahat acentaları yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *II. Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, 17-35.
- Öztürk, Y., Yaylı, A. & Yeşiltaş, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29, 382-389.
- Özürlüler Vakfı (2009). *Mimari erişilebilirlik kılavuzu*. İstanbul: Viraj Reklam.
- Paige, R. C. & Littrell, M. A. (2003). Tourism activities and shopping preferences. *Journal of Shopping Center Research*, 10(2), 7-25.
- Ray, N. M. & Ryder, M. E. (2003). "Eibilities" tourism: An exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57-72.
- Reisinger, Y. & Turner, L. W. (2002). The determination of shopping satisfaction of Japanese tourists visiting Hawaii and the Gold Coast compared. *Journal of Travel Research*, 41, 167-176.
- Sabancı Üniversitesi (2013). *Engelsiz Türkiye için: Yolun neresindeyiz? Mevcut durum ve öneriler*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Shaw, G. & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A preliminary survey. *Tourism Management*, 25, 397-403.
- Stipanuk, D. M. & Roffman, H. (1996). *Facilities management*. Michigan: Ahma Publishing.
- Surrey Üniversitesi (2014). "Lack of accessible tourism costing economy billions", new research finds. [URL: http://www.surrey.ac.uk/mediacentre/press/2014/127843_lack_of_accessible_tourism_costing_economy_billions_new_research_finds.htm] (Erişim 15 Eylül 2014).
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2006). Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management*, 27, 671-683.
- Takeda, K. & Card, J. A. (2002). U.S. tour operators and travel agencies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 47-61.
- Timothy, D. J. & Butler, R. W. (1995). Cross-border shopping: A North American perspective. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 16-34.
- Tosun, C., Temizkan, S. P., Timothy, D. J. & Fyall, A. (2007). Tourists hopping experiences and satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 9, 87-102.

- TS (Türk Standardı). (1991). *TS 9111 özürlü insanların ikamet edeceği binaların düzenlenmesi kuralları*. Ankara: TSE.
- TS (1999). *TS 12576 şehir içi yollar-özürlü ve yaşlılar için sokak, cadde, meydan ve yollarda yapısal önlemler ve işaretlemelerin tasarım kuralları*. Ankara: TSE.
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği). (2008). *Dünyada ve Türkiye’de engelsiz turizm pazarı*. [URL: http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html] (Erişim 7 Nisan 2014).
- Uca Özer, S. &Tüzünkan, D. (2012). Alışveriş turizmi kapsamında “İstanbul Shopping Fest” ve yansımaları. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 151-166.
- UN (United Nations). (2004). Accessibility for the disabled a design manual for a barrier free environment. [URL: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/designm/AD2-01.htm>] (Erişim 8 Mart 2014).
- Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A. & Öztürk, Y. (2011). A study on the travel patterns of physically disabled people. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(6), 599-618.
- WHO (2011). World report on disability. [URL: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/en/index.html] (Erişim 28 Mart 2014).
- WHO (2012). Disability report by secretariat. [URL: http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA66/A66_12-en.pdf] (Erişim 28 Mart 2014).
- Yau, M. K.,McKercher, B. &Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: more than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.
- Yörük, Ü. K. (2003). *Turizm yapılarının tasarımında özürlü etmeninin irdelenmesi*.(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.